

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(НИУ «БелГУ»)**

ИНСТИТУТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И  
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ  
КОММУНИКАЦИИ

**НЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ**

Выпускная квалификационная работа

обучающейся по специальности 45.05.01 Перевод и переводоведение  
очно-заочной формы обучения  
группы 04001482  
Чернышевой Ольги Владимировны

Научный руководитель  
кандидат филологических наук,  
доцент,  
Дехнич О.В.

Рецензент  
кандидат филологических наук  
заведующий кафедрой  
иностранных языков  
БГТУ им. В.Г.Шухова  
Беседина Т.В.

БЕЛГОРОД 2019

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение .....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. Теоретические основы исследования неологизмов.....</b>	<b>6</b>
1.1 Понятие «неологизм» в современной лингвистике.....	6
1.2 Основные классификации неологизмов.....	12
1.3 Неологизм в языковой картине мира.....	16
1.4 Причины появления неологизмов .....	21
<b>Выводы по ГЛАВЕ 1. ....</b>	<b>28</b>
<b>ГЛАВА 2. Анализ неологизмов в английском языке как отражение</b>	
<b>изменений в жизни общества. ....</b>	<b>30</b>
2.1 Неологизмы, отражающие политические изменения в жизни общества.....	31
2.2 Неологизмы, отражающие социально-экономические изменения в жизни общества. ....	38
2.3 Неологизмы, отражающие культурные изменения в жизни общества.	46
2.4 Метафоризация как способ образования неологизмов. ....	52
<b>Выводы по ГЛАВЕ 2.....</b>	<b>58</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>60</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....</b>	<b>62</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ .....</b>	<b>68</b>
<b>СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА.....</b>	<b>69</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Настоящая выпускная квалификационная работа посвящена изучению неологизмов современного английского языка, появившихся в конце XX – начале XXI века в англоязычной прессе.

Любой язык находится в постоянном движении и динамике, а его словарный состав является самым подвижным компонентом. Словарный состав английского языка постоянно меняется и обогащается новыми словарными единицами. Слова появляются, исчезают, появляются новые значения у существующих слов, исчезают неиспользуемые значения. Неологизмы являются результатом языкового развития, отражающего приспособление языка к меняющимся, под влиянием внешних факторов, условиям его функционирования. Ко внешним факторам относятся изменения, происходящие в социальной, политической, научно-технической, культурной сферах деятельности человека. Именно по этой причине следует исследовать поле неологии в комплексе с изучением социокультурных процессов в их функциональном взаимодействии. При этом тексты средств массовой информации в онлайн форматах, являются одной из форм наиболее динамического развития современного английского языка, при этом, численность в них неологизмов превышает объем словарного употребления в других сферах деятельности.

**Актуальность** настоящей работы обусловлена, с одной стороны, значительной ролью новых слов как зеркала языкового развития, которое отражает приспособление языка к переменам условий его функционирования под влиянием экстралингвистических факторов. С другой стороны, основной объем возникновения лексических новообразований приходится сегодня на средства массовой информации,

что и делает прессу самым богатым источником изучения неологизмов на сегодняшний день.

**Объектом** настоящего исследования послужили неологизмы в современной англоязычной прессе конца XX - начала XXI века.

**Предметом** исследования является функционирование неологизмов в современном английском языке.

**Цель** исследования состоит в теоретическом и практическом обосновании вопроса о неологизмах в современном английском языке и причинах их появления.

Для достижения поставленной цели определен комплекс **задач**:

- 1) рассмотреть понятие «неологизм»;
- 2) исследовать мнения ученых на проблему изучения неологизмов в рамках современных тенденций развития лингвистики;
- 3) определить основы классификации неологизмов английского языка;
- 4) исследовать место неологизмов в языковой картине мира;
- 5) изучить причины появления неологизмов;
- 6) произвести выборку неологизмов в англоязычной прессе и определить особенности их появления;
- 7) проанализировать связь изменений в политической, социально-экономической и культурной жизни общества и появление неологизмов;
- 8) изучить процесс метафоризации, лежащий в основе образования неологизмов.

**Теоретической базой исследования** являются научные разработки в области неологии и неографии Н.З. Котеловой, В.И. Заботкиной, Е.В. Розен, Е.В. Сенько, Г.М. Степанова, когнитивной лингвистики А. Вежбицкой, Е.С. Кубряковой, В.А. Маслова, J. Lakoff и M. Johnson и другие.

**Практическая ценность** в том, что данная работа может быть использована при разработке лекционных курсов по лексикологии, лексикографическому практикуму, а также на практических занятиях по переводу.

В настоящей работе были использованы **методы исследования**: методы словарных дефиниций, описательный метод, метод компонентного анализа и контекстуального анализа.

**Фактическим материалом** исследования послужили тексты следующих английских периодических интернет изданий: “BBC”, “CNN”, “The Economist”, “Financial Observer”, “The Financial Times”, “The Guardian”, “The Independent”, “The New York Times”, “New Life Narrabri”, “The Pioneer”, “The Telegraph”.

**Структура работы.** Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, списка использованных словарей и списка источников фактического материала.

## **ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ.**

### **1.1 Понятие «неологизм» в современной лингвистике.**

Язык – это сложный общественный феномен. Это средство коммуникации людей и при этом, язык постоянно меняется. По мнению исследователей, язык является зеркалом общества. Изменения в обществе отражаются в многочисленных лексических единицах, которые являются маркерами общественных отношений и изменений, влекущих за собой лексические инновации и преобразования в языке (Михеева, 2005). В век индустриализации, научно-технического прогресса, активной общественно-политической и наполненной событиями международного значения жизни, непрерывно происходит процесс лексического обогащения языка. Все процессы и изменения, происходящие в общественной жизни общества, находят непосредственное отражение в языках всех стран мира.

Язык является основным средством вербальной коммуникации, а необходимым условием его существования является развитие, эволюция, исчезновение ненужных и появление новых составляющих элементов. При этом, появление новых слов породил ряд проблем в лингвистике, связанных с определением понятий новых слова и выявления критериев, по которым новые слова могут быть названы неологизмами.

Нужно сказать, что термин «неологизм» впервые был зафиксирован в письменных источниках французского языка еще в 1755, а после 1800 гг. был заимствован в английский язык в значение «употребление новых слов,

инновации в языке, а также новое слово или выражение» (Дубенец, 2002: 3).

Слово «неологизм» произошло от греческого неос – «новый» и логос – «слово». Под лингвистическим термином «неологизм» понимается новое слово, которое имеет оттенок новизны по сравнению с другими словами данного языка. Неологизм – это слово или оборот речи, созданные для обозначения нового явления, предмета или для выражения нового понятия. Что касается английского языка, то данный язык, как и другие развитые европейские языки, является очень динамичным и подвержен постоянным изменениям.

Понятие «неологизм» изучается лингвистами всего мира, но до сих пор наука не определила одного определения этого термина. Предпринятые попытки определить дефиницию этого слова привели к неоднозначным результатам. Е.В. Розен отмечает отличие неологизма от других единиц словарного состава в том, что в нем присутствует качество новизны: «Неологизмами называются всякие, вновь организованные в языке слова в течение всего времени, пока они отмечаются как новые в языковом сознании носителей языка. Неологизмами, следовательно, называются все слова на начальном этапе их существования в языке, т.е. на том этапе, когда недавнее время появления слова, его новизна и отражение этих моментов в сознание носителей являются релевантными» (Розен, 1996: 53).

Исследователь Г.М. Степанов полагает, что «одни считают неологизмами слова, возникшие для обозначения появившихся с развитием науки и техники новых понятий, предметов материальной культуры; другие называют неологизмами слова, не отмеченные словарями; третьи относят к неологизмам всякое вновь появившееся в языке слово или словосочетание» (Степанов, 1983).

Лингвист Головин Б.Н. определил неологизмы как «слова, возникшие на памяти применяющего их поколения» (Головин, 1966: 91).

Лыков А.Г. полагает, что признаком неологизма является «объективное ощущение новизны» (Лыков, 1976: 100).

Брагина А.А. отмечает, что неологизмы – это не только ранее существовавшие, но и слова, появившиеся вместе с новым явлением. Однако в лингвистике чаще протекают процессы осмысления старых слов путем расширения границ значения.

Так, А.В. Калинин среди новых словообразований выделяет новые слова и словосочетания. Он считает неологизмами не просто новые, а в недавнем прошлом появившиеся слова, новизна и свежесть которых чувствуется говорящими. Подобные слова исследователь делит на две группы: неологизмы и семантические неологизмы (Калинин, 1978).

М.И. Фомина разделяет идею классификации и выделяет лексические и лексико-семантические неологизмы (Фомина, 2001). Подобной точки зрения придерживается И.С. Торопцев в своей ономастической теории, согласно которой, неологизмы отражают в себе невоплощенный смысл словесной формы (Торопцев, 1980).

Другой исследователь Е.В. Сенько выделяет общие признаки для неологизмов и инноваций: «необычность, малоизвестность и новизна языковых форм» (Сенько, 1994: 25).

Ю.Н. Караулов определяет понятие неологизм: «слова, значения слов или сочетания слов, появившиеся в определенный период в каком-либо языке или использованные один раз (окказионализмы) в каком-либо тексте или акте речи. Принадлежность слов к неологизмам (напр., приватизация, черный ящик, луноход) является свойством относительным и историчным» (Караулов, 1997: 262).

А.И. Диброва определяет неологизм: «...слова, созданные для обозначения новых предметов, признаков, действий... Языковые



неологизмы, не имеют авторства, образуются чаще продуктивными способами, регистрируются словарями и находятся в пассивном запасе до широкого распространения обозначаемого явления. Индивидуально-авторские неологизмы (окказионализмы) «имеют авторство, могут образовываться продуктивными/непродуктивными способами, индивидуальны в употреблении и остаются прикрепленными к тексту, их породившему» (Диброва, 2001: 15).

Наиболее проработанная и общепринятая точка зрения на определение термина «неологизм» является та, которую вывела Н.З. Котелова, в ней присутствуют несколько подходов к определению. Лингвист внимательно изучила и проанализировала существующие мнения ученых на определение термина «неологизм» и предложила их дополнить. Автор предложила ввести систему «параметров-конкретизаторов» и определять понятие по онтологическим признакам (Котелова, 2015). Первым и основным параметром ученый считает «время» и неологизмы определяются как «новые слова какого-либо периода по отношению к какому-нибудь из предшествующих периодов, т.е. такие слова какого-либо периода, которых не было в предшествующий период» (Котелова, 2015: 276). Получаем, неологизм – это слово, отражающее реалии определенного временного отрезка. Отсюда мы можем выделить определенные периоды возникновения неологизмов, например, неологизмы Викторианской эпохи, эпохи второй мировой войны и т.д. Следующим существенным параметром определения неологизма Н. З. Котелова считает точку отсчета в языковом пространстве - это движение слов из одной сферы употребления в другую, взаимодействие между литературным языком и устной речью, языком наук, диалектов, профессий. По параметру «языковое пространство» выделяются следующие признаки: 1) в данном национальном языке; 2) в литературном языке; 3) в языках вообще; 4) в данном подязыке. По данной классификации, одна и та же лексическая

единица может быть неологизмом в одном языке или одной из его сфер и узуальным словом в другом. Так, существительное «смс» стало неологизмом для русского языка 90-х годов XX века, но не было таковым для английского языка и обозначает «Short Message Service» (служба коротких сообщений). Существительное демпинг является неологизмом в современном русском языке и общеупотребительным *damping* (одно из знач.: глушение, торможение) в современном английском языке, из которого оно пришло. Третий признак – это новизна языковой единицы. Этот признак в большей степени важен для определения типа неологизма, чем его сущности: не только слово может быть новым, но и значение слова (семантический неологизм), а также неразложимое сочетание слов (идиома). Четвертый признак указывает на установление структурных составляющих новизны самого слова, т.е. подразумевает определение закономерностей словообразовательной системы в структуре неологизмов (Котелова, 2015).

Вместе с тем большинство авторов употребляют термин «неологизм» не только в значении «новое слово», но и как термин, который отличает новое узуальное слово от окказионального.

При этом принято различать термин «неологизм» и «окказионализм», хотя, несмотря на множество попыток, до сих пор не принято единое определение этих терминов. Так, наряду с термином «окказионализм», лингвисты употребляют термины «индивидуальный неологизм», «речевой неологизм», «авторский неологизм». Поэтому следует рассмотреть, по каким параметрам ученые предлагают различать понятия «неологизм» и «окказионализм».

Исследователь Г.М. Степанов определил параметры, которые характеризуют и различают понятия неологизм и окказионализм.

1. Неологизмы характеризуются:

1) принадлежностью к языку;

- 2) регулярной воспроизводимостью;
- 3) структурным соответствием словообразовательной системе;
- 4) нормативностью;
- 5) отсутствием закреплённости за определённым контекстом;
- 6) временем появления в литературном языке и временем регистрации в нормативных словарях общелитературного языка;
- 7) критерием ощущения новизны.

2. В отличие от неологизмов, окказиональные слова:

- 1) нерегулярно воспроизводятся в сходных неспециальных контекстах;
- 2) мотивированы контекстом и речевой ситуацией;
- 3) обладают окказиональной словообразовательной структурой, под которой следует понимать слова, созданные по словообразовательным законам языка, но отличающиеся необычностью комбинации языковых элементов, которая создается нарушением валентности этих элементов;
- 4) ненормативны;
- 5) экспрессивны;
- 6) номинативно-факультативны;
- 7) непредсказуемы;
- 8) в синхронно-диахроническом плане диффузны;
- 9) имеют индивидуальную речевую принадлежность и нередко выделяются на письме кавычками или курсивом (Степанов, 1983: 129).

Как видно, существует большое количество теорий, и в настоящее время сложно придерживаться только одного определения, которое называет неологизмами лишь новые слова. Дело в том, что для каждого индивидуума ощущение новизны зависит от его общекультурной, профессиональной и лингвистической компетенции. Для одного человека новое понятие может показаться новым, для другого же носителя языка это понятие является привычным и потому известным.

Обращаясь к дословному переводу понятия «неологизм» (neos «новый» + logos «слово»), в данной работе будем придерживаться определения, что неологизмы – это новые или заимствованные из других языков слова, а также ранее известные, употребляющиеся в ограничении либо за пределами языка, либо на какое-то время ушедшие из употребления, а в настоящий момент получившие широкое употребление. Такое понятие является относительным и изменчивым по отношению ко времени, т.к. слово остается неологизмом до его закрепления в языке. После освоения оно теряет свою новизну, входит в активный словарный состав и становится общеупотребительным.

## **1.2 Основные классификации неологизмов.**

Как уже упоминалось, проблематика неологизмов является одной из актуальных вопросов современной лингвистики. Существует большое количество классификаций неологизмов, которые выдвигают исследователи этой темы. Тем не менее, изучив мнения исследователей, мы рассмотрим наиболее интересные. Так, Е.В. Розен предлагает различать три типа неологизмов:

- 1) неологизмы, слова, впервые зафиксированные в языке;
- 2) новообразования, слова, составленные из известных слов и аффиксов в новых комбинациях;
- 3) семантические неологизмы, новые значения у известных ранее лексических единиц или новые лексико-семантические варианты (Розен, 1991).

К первым двум типам неологизмов относятся слова, которые обладают новой, не «зафиксированной» в языке формой – новым

звукорядом, новой морфемной структурой и новым словообразовательным составом. Неологизмы полностью обладают этими качествами.

И.Р. Гальперин обратился к цели создания неологизмов, разделив их на книжные (новые слова), разговорные (у старых слов новые значения) и окказионализмы. Первую группу слов он делит на терминологические (явления в разных сферах, например, в технике) и стилистические (неологизмы, образованные путем конверсии и словосложения, иногда добавлением значений) (Гальперин, 2014).

Н.М. Булавин делит неологизмы на морфологические, лексические и стилистические.

Морфологические неологизмы (неологизмы, создаваемые на основе нового лексического материала) встречаются крайне редко. Примеры их: *gas n, kodak n*.

Лексические неологизмы появляются следующим образом:

- 1) на основе уже существующего языкового материала, путем словообразования;
- 2) в результате появления нового значения существующим словом;
- 3) заимствованием лексических единиц из других языков;
- 4) путем заимствования слов из диалектов (в редких случаях).

Стилистические неологизмы создаются для того, чтобы выразить эмоционально-эстетическую оценку существующих понятий (Булавин, 1960: 104-105).

В настоящей работе мы различаем понятия «неологизм» и «окказионализм», поэтому рассматриваем неологизмы трех типов: морфологические, лексические (словообразовательные и заимствованные) и семантические.

Морфологические неологизмы – это искусственно сочиненные слова, которые не имеют никакой мотивировки и образуются необычным путем, с точки зрения лингвистики. Случается редко, чтобы

язык создавал слова из комбинации своих фонем. Морфологические неологизмы невозможно сопоставить с другими словами языка и их элементами и часто являются исключениями: *clone* п. Морфологическим неологизмам характерна абсолютная структура, формальная новизна и они воспринимаются как непроеизводные и нечленимые единицы.

В английском языке к основным видам словообразования относятся аффиксация, конверсия, словосложение и сокращение.

К лексическим неологизмам (словообразовательные и заимствованные) относятся новые слова, которые образованы на основе существующих слов и элементов (сложные, аффиксальные производные, аббревиатурные образования всех видов, сложнопроизводные слова и т.д.) или заимствования из других языков (Жлутенко, 1983). В современном английском языке к лексическим неологизмам относятся, например: *agony aunt, baby break, cyberterrorism, cash-limit, teleconference, favela, trophy wife, uptime, waribashi*.

Как правило, лексические неологизмы появляются в языке вслед за появлением новых реалий для того, чтобы удовлетворить потребности в обозначении новых вещей и понятий. Так, с появлением в жизни людей большого количества электронных устройств, появились *digital hangover, smartphone, zenware, selfie, phablet* и т.д. Новые реалии находят свое лингвистическое отражение в появлении соответствующих лексических неологизмов.

В последние годы эти слова уже не воспринимаются лексическими неологизмами. Они утратили оттенок новизны и активно употребляются в языке. Слова относятся к категории лексических любого языка неологизмов лишь временно. По истечении некоторого времени, утратив первоначальную коннотацию новизны, неологизм переходит в основной словарный состав языка или в его периферийную зону. Итак, понятие лексический неологизм, отражает сложную внутреннюю динамику

лексики языка и фиксирует временное положение того или иного слова в его составе.

Далее рассмотрим семантические неологизмы. Ю.А. Жлутенко говорил, что лексические неологизмы - «новые лексико-семантические варианты слов, образованные на основе уже существующих лексических единиц и прибавляемые к уже существующим лексико-семантическим вариантам этих лексических единиц» (Жлутенко, 1983: 135). Мы разделяем точку зрения Ю.А. Жлутенко и полагаем, что семантические неологизмы представляют собой новые значения, развивающиеся у слов, которые уже существуют в языке. Новое значение слова может со временем вытеснить первоначальное или сосуществовать с ним, увеличивая или образуя многозначность слова. Как считал Виноградов В.С. «обозначая явление, предмет, слово вместе с тем передает его связи и отношения в динамическом целом, в исторической действительности» (Виноградов, 1953: 4). Например, слово *cosmetic* п, развило новые значения: «декоративный», «обманчивый», слово *summit* сохранило значение «вершина» и приобрело значение «совещание глав правительства». Также примеры слов, которые сохранили старые значения и приобрели новые: *mafia* расширило свое значение и стало обозначать «любое секретное общество, замкнутый круг, клан», *bread* наряду со старым значением «хлеб» приобрело значение «деньги». Также, некоторые утратили старые значения, приобретая новые: *sophisticated*, означало «ведущий себя неестественно» и приобрело значение – «современный, прогрессивный» (Дубенец, 2003).

Приведенные выше классификации показывают, что на протяжении долгих лет лингвисты пытаются детально раскрыть тему классификаций неологизмов. Некоторые из классификаций пересекаются друг с другом, так как ученые работали в одной области, но, тем не менее, это и подчеркивает сложность проблемы, которая стоит перед учеными.

### 1.3 Неологизм в языковой картине мира.

Картина мира исследуется учеными с самых разнообразных точек зрения: существуют описания картин мира, которые характерны для разных народов мира (Гачев, 1998; Богин, 1984), картины мира, свойственные некоторым писателям, их произведениям (Бычкова, 2003; Куксина, 2008; Николаев, 2006; Никольский, 1997), картины мира, касающиеся отдельного исторического этапа развития человечества (Гуревич, 1981). Поэтому, можно говорить о коллективной, индивидуальной, исторической, этнической картинах мира. Этот список можно продолжить, учитывая различия и единства в профессиональном, социальном и др. формах сознания человека или группы (социальная, профессиональная и т.д.).

Ученые разных времен и народов ставили вопрос о роли языка в познании мира, но ранее язык рассматривался как изолированное, абстрактное, самостоятельно существующее явление. Психологи, философы, представители других наук изучали окружающий мир, при этом не связывая его с функционированием и развитием языка: «... linguists have usually treated language as an abstract object which can be accounted for without reference to social concerns of any kind. Sociologists, for their part, have tended to treat society as if it could be constituted without language» (Romaine, 1994: preface)» (Абросимова, 2009).

После того, как парадигма научных исследований изменилась в сторону антропоцентризма, язык начали изучать как неотделимую часть познания и культуры. Данный процесс также явился причиной появления когнитивной лингвистики в 70-х гг. XX в., одним из направлений изучения которой является языковая картина мира (Абросимова, 2009).



Кубрякова Е.С. показывает связь когнитивной способности человека с изучением языковой картины мира, подчеркивая, что «вся жизнь человека непрерывно связана с языком. Он вплетен в наиболее важные для продолжения человеческого рода типы деятельности; наличие языка является конституирующей когнитивной способностью человека. Конечно, он отражает опыт человека по взаимодействию со средой и что именно такой объективированный в языке опыт в своей совокупной целостности образует языковую картину мира» (Кубрякова, 2003: 32). Поэтому, язык можно причислить к инструментам освоения и формирования культуры, с их помощью человек познает мир, создает свою картину мира, расширяет ее и открывает ее своему окружению.

Следовательно, когнитивная деятельность человека не заключается только в использовании уже существующих лексических единиц, но также включает способность в формировании новых. Современный этап развития когнитивной лингвистики рассматривает вопросы, связанные с возникновением новых понятий и их наименований, новых деривационных средств и моделей как специфичных, так и универсальных. Очевидно, разработка таких задач способствуют более детальному изучению и описанию такого уникального явления, как отражение в словообразовательных процессах закономерностей ментальной деятельности конкретной языковой личности, а также и целого сообщества. Языковая картина мира находит отражение в разных уровнях языка: лексике, синтаксисе, грамматике и т.д. Наиболее ярко она проявлена в лексической системе языка. Наиболее наглядно показывает связь между познанием и языковой картиной мира - основная единица языка, слово. Основное назначение лексической единицы – функция наименования, и, поэтому, формирование новых слов исходит из необходимости наименования новых понятий. Следовательно, вопрос о том, как появляются новые лексические единицы, необходимо исследовать

с позиций теории номинации, объясняющей переход от предметного мира к его обозначению. «Номинация – образование языковых единиц, характеризующихся номинативной функцией, т.е. служащих для называния и вычленения фрагментов действительности и формирования соответствующих понятий о них в форме слов, сочетаний слов, фразеологизмов и предложений. Этим термином обозначают и результат процесса номинации – значимую языковую единицу» (Словарь-справочник лингвистических терминов, 1990: 336).

Актуальной задачей изучения словообразовательных процессов в рамках когнитивного направления является определение связей словообразовательных процессов с умственной деятельностью языковой личности, изучение путей образования одного из значений на базе другого, изучение общих закономерностей развития словообразовательных значений, философский анализ производных. В этом вопросе представляется значимым положение, высказанное Н.Н. Болдыревым: «Процесс формирования значений представляет собой когнитивный, познавательный процесс, тесно взаимосвязанный с познанием окружающего мира и формированием соответствующих понятий» (Болдырев, 2009: 17).

Образование новых слов - уникальное явление, призванное отразить и зафиксировать перемены, происходящие в обществе, его истории и культуре. Способность человека создавать новые лексические единицы дает возможность для языка оставаться подвижной, мобильной системой, которая быстро реагирует на все изменения, происходящие в жизни человека и общества.

Появление новых понятий в языке, а также отмирание уже существующих, является зеркалом диалектической природы всего происходящего: зарождение, жизненный цикл (взаимодействие и взаимовлияние), уход. Исследование процессов пополнения словарного

состава любого языка позволяет установить связь между динамикой когнитивно-словообразовательных механизмов, протекающих в лексической системе языка, и общими стремлениями языковой эволюции, а также изменениям в языковой картине мира. Лейчик В.М. пишет: «Совокупность названий – это картина мира, как она предстает перед людьми, или, как говорят современные ученые, это фрагмент языковой картины мира» (Лейчик, 2008: 17). Человек, с одной стороны, - творец языка, открывает новое вокруг себя и дает этому новому название. С другой стороны, человек является продуктом языка: ведь язык (прежде всего родителей) накладывает стиль мышления с самого раннего детства. Переосмысливая накопившийся опыт и соединяя его с новым, человек стремится к созданию новых форм проявления, либо к замене привычных или устаревших лексических единиц.

Изменение словарного состава любого языка – это естественный процесс, который связан с отражением изменений, происходящих в обществе. Новые возможности общения становятся причиной более интенсивного исследования и взаимного влияния различных языков и подязыков. Называя новые, либо заменяя уже существующие названия, лексические единицы могут подвергаться различного рода трансформациям. Например, могут приобрести краткую форму, подвергнуться метонимизации и метафоризации, заимствоваться полностью или частично из иных языков, проявлять стремление создателя слова к индивидуализации и оригинальности (например, в создании окказионализмов). Изменения в языке становятся очевидны при расширении словарного состава языка, при появлении новых терминологических систем, и поэтому новые лексические единицы играют значительную роль в формировании и изменении языковой картины мира. Язык – «вечный двигатель», который никогда не перестает развиваться и отражать изменения в обществе (Абросимова, 2009). Связь развития языка

и общества описывает Г.Г. Гадамер, как «лучший способ отобразить крушение общества в кризисную эпоху – это наблюдать за изменениями его языка...» (Гадамер, 1991: 50).

Ф.де Соссюр выделяет два этапа в эволюции инноваций: этап появления инноваций у отдельных лиц и этап превращения инновации в факт языка, когда «она, внешне оставаясь той же, принимается всем языковым коллективом» (Соссюр, 2004: 14).

Исходя из вышесказанного, видится логичным говорить об основных этапах развития неологизмов: зарождение, социализация, лексикализация (закрепление в языке) или исчезновение.

Процессы номинации новых понятий можно разделить на следующие временные цепочки:

1. Новая единица: презентация - именование - воспроизведение - социализация - фиксация в качестве словарной лексической единицы.

2. Новая единица: презентация - именование - воспроизведение - невостребованность - угасание - вымирание (Абросимова, 2009).

В целом, причинами появления новых слов или других лексических единиц в языке могут быть:

- возникновение новых явлений, указывающих на объекты, факты и явления реальной действительности;
- необходимость появления термина;
- тенденции к экономии и сокращению языковых средств (аббревиация, словосложение, контаминация, конверсия, заимствования);
- потребность в экспрессивно-эмоциональной экспрессивности (окказионализмы, заимствования);
- языковые влияния (заимствования);
- неаккуратность в речи.

«Возникновение нового слова напрямую зависит от степени социальной потребности в той или иной лексической единице. Большую

роль при этом играет присутствие «создателя» этой языковой единицы: человека, группы людей, средств массовой информации и времени, которое непосредственно влияет на возникновение, становление, течение, разрушение новой единицы в языковом мире» (Философский энциклопедический словарь 2005: 77).

В неологизмах проявляются новые смысловые содержания, выражающие новое (или обновленное) понимание объекта познания тем или иным обществом (или человеком). Е.Я. Режабек отмечает исторически характерную культуру, которая «задает насыщенность языка тем или иным когнитивным содержанием. Именно межпоколенное общение закрепляет культурные смыслы и соответствующие им концепты за грамматикой и лексикой того или иного этноса» (Режабек 2007: 271–272). Можно сделать вывод, что в языке отражается множество разных картин мира предыдущих этапов развития того или иного народа. Поэтому, исследование неологизмов определенного периода служит описанию картины мира этой исторической эпохи.

Появление и усваивание новых слов человеком не только расширяет его знания о мире, но и является проводником преемственности прошлого и настоящего, настоящего и будущего. Кроме того, каждая вновь образованная лексическая единица формирует и изменяет языковую картину мира, а через нее и «картину мира» в целом, являясь очень восприимчивым к изменениям и подвижным явлением культуры.

#### **1.4 Причины появления неологизмов.**

В конце XX века многие лингвисты полагали, что самым богатой эпохой на появление неологизмов является именно XX век, особенно его

вторая половина (Сенько, 1999; Ахаторцева, 1998). Сейчас же, мы смело можно предсказать, что XXI век обгонит предыдущий по количеству новых слов.

Изменения в языке, прежде всего, затрагивают его лексико-семантическую составляющую, т.к. именно лексика непосредственно связана с объективной действительностью и отражает те процессы, которые в ней происходят. Лингвисты отмечают, что наиболее ярким свидетельством подвижности состава языка является его способность менять словарный состав. Так, известный советский лингвист Н.Н. Амосова утверждала, что именно язык связан как с производственной, так и со всякой иной общественной деятельностью человека (Амосова, 2015).

Появление в языке новых слов и значений является природным свойством всех живых языков и оно отражает перемены, которые непрерывно происходят в объективном мире вещей, явлений и свидетельствуют о непрерывности познавательных процессов.

Интересными, на наш взгляд, представляются условия, при которых проходит процесс появления неологизмов. К ним относятся внутрилингвистические и экстралингвистические причины, обуславливающие словообразовательный процесс. К внеязыковым факторам относят состояние общества, содержание общественного сознания, уровень потребностей общества, появление новых социально-экономических явлений, изобретения и открытия в области науки и техники, достижения в сфере культуры. К внутриязыковым факторам относят, прежде всего, наличие заложенных в сам язык огромных потенциальных возможностей для обновления языковых средств. При этом в языке сложилась система словообразовательных законов и правил, которая накладывает определенные ограничения на творческую деятельность создающих новые слова людей. Поэтому номинация становится зависимой от этой системы.

Внутренние и внешние факторы в сумме определяют развитие языка в целом и отдельных его уровней. С одной стороны, язык развивается согласно внутренним языковым законам, которые позволяют языку меняться в том или ином направлении. С другой стороны, не все изменения могут реализоваться. Реализации определяются внешними факторами – социальными (Лаптева, 2003).

Экстралингвистические (внешние) условия влияют не только на факт появления слова, но и на подбор денотата: заимствование, изменение значения уже существующего слова, словообразования (Степанова, 1972).

В настоящей работе уделяется внимание внешним, неязыковым причинам появления неологизмов, именно по этой причине это направление будет рассматриваться подробнее.

Причинами появления лексических и семантических неологизмов, в основном, являются изменения общественной жизни, развитие производства и других сфер человеческой деятельности и изменения в развитии мышления. При этом, способы образования новых слов и способы их семантического наполнения, объединения и сочетания разных значений подчиняются уже внутренним законам развития каждого отдельного языка. Поэтому, отсюда можно сделать вывод, что появление неологизмов происходит именно благодаря данным, а не другим закономерностям.

Главной причиной возникновения новых слов является потребность в удовлетворении коммуникативной социальной необходимости в именовании новых единиц: «если рассматривать внешние условия как импульс появления новых слов в языке, то роль их огромна» (Серебрянников, 1977: 155). Дж. Лайонз и А. Мартине также пишут о том, что социальные факторы являются наиболее важными факторами изменения языка (Лайонз, 1981; Мартине, 1965).

Лексическое макрополе показывает способность к непосредственному отражению неязыковых явлений и фактов. Именно общество требует ежедневного образования неологизмов. При этом процессы настоящей действительности и социально важные события требуют появления новых наименований и таким образом запускают определенные звенья словообразовательной системы языка. Например, решение Великобритании выйти из состава Европейского Союза в 2016 году породило новое слово *Brexit*, которое образовалось от слияния двух слов *British* (или *Britain*) и *exit*. В настоящее время это слово уже прочно закрепилось в составе английского языка и является широкоупотребительным.

Изменение общественного сознания очень подвержено влиянию меняющейся действительности, прежде всего социальной. Семантические изменения зависят от многих факторов, при этом одним из главных источников и причин смыслового изменения слов остается социальная действительность, которая и определяет эти изменения. Например, массовое использование персональных компьютеров и появление в наших жизнях сети Интернет породило множество семантических неологизмов. Так, в современном английском языке есть слово *bridge* n «мост» и оно же используется в новом значении «программное и аппаратное обеспечение для связи однородных сетей между собой», *friend* n «друг» с появлением социальных сетей приобрело дополнительное - «контакт в социальных сетях», *chat* v «болтать, беседовать» приобрело значение «общаться в чате по Интернету», *cache* n «тайный склад, тайник» приобрело значение «кэш, программа, уменьшающая количество обращений к диску и тем самым увеличивающая скорость работы прикладных программ» и т.д.

Ю.Н. Несветайло называет расширение словарного состава языка закономерным процессом: «в каждом языке заложен потенциал для его совершенствования и обогащения. В языке наиболее подвижным и гибким



с точки зрения способности к развитию является лексический уровень, который представляет собой многомерное подвижное образование» (Несветаило, 2010: 3).

Е.В. Сенько считает, что «языки не могут не меняться, прежде всего, по той причине, что в основе актов коммуникации, средством практического осуществления которых является язык, лежит отражение действительности, которая сама находится в постоянном движении» (Сенько, 2001: 15). Помимо этого, «одной из особенностей развития языка является изменчивость, детерминированная влиянием общества и происходящая, в первую очередь, в речи, а затем в языке» (Антюфеева, 2004: 3).

Ю.Н. Антюфеева говорит, что «новые слова образуются в речи и образование новых слов – непрерывный процесс, следовательно, язык питается речью и пополняется за счет создаваемых в ней произведений, т.к. они неразрывно связаны и составляют единство. Язык – это как бы способ познания, отражения объективной действительности в идеальной форме. Речь же – это исполнение и реализация языка, своего рода индивидуальное комбинирование языковых единиц для передачи мыслей» (Антюфеева, 2004: 8). Идеи на эту тему высказывают и другие исследователи этой проблемы: «Все перемены, сознаваемые обществом, требуют и получают соответствующее словарное оформление в виде названий (номинаций). Таков основной мотив создания новой лексики. Устойчивость или, напротив, недолговечность этих слов различна, но в момент их появления и использования обществом они в той или иной степени отражают факты перемен, отмечаемых индивидуальным и коллективным сознанием» (Пасечная, Попова, 2005: 167).

Составители Лингвистического энциклопедического словаря (1998) заметили, что «... в развитых языках количество неологизмов, зафиксированных в газетах и журналах в течение одного года, составляет

десятки тысяч. Это обусловлено социальной потребностью в наименовании всего нового и в его осмыслении, внутриязыковыми факторами – тенденциями к экономии, унификации, системности языковых средств, варьированию номинаций с разной внутренней формой, этимологией, задачами экспрессивно-эмоциональной, стилистической выразительности» (Котелова, 2000: 331). Поэтому новые слова появляются не только из потребности в наименовании нового явления или понятия окружающего мира, но и из-за постоянного развития языка, стремления к совершенствованию методов языковых обозначений.

Отмечено, что совершенно новых слов практически не существует. Поэтому, новые слова или образования – это искусственно созданные, единичные факты. Во всех работах по исследованию неологии упоминаются одни и те же примеры таких слов. И, среди них выделяют слова, сводимые либо к старым лексемам (г а з от греческого ха'os), либо к постоянным способам образования (к о д а к – звукоподражание). Еще Р.А. Будагов писал, что «всякое новое слово обусловлено предшествующей языковой традицией. Лингвисты знают лишь несколько слов в европейских языках, выдуманных и независимых от этой традиции... Обычно же новые слова возникают или из собственных элементов языка, или путем заимствований, т.е. из элементов другого языка, или, наконец, путем превращения собственного имени в нарицательное» (Будагов, 1947: 37).

Также, нужно помнить, что появление новых слов не находится в прямой зависимости от изменений в действительности.

Таким образом, рассуждая объективно, категория «новое» включает в себя только относительно новые языковые наименования. Все слова, значения и сочетания, определенным образом могут быть сопоставимы с уже существующими словами, значениями, сочетаниями (по использованию морфем одного языка или нескольких языков, по звуковым словообразования и т.д.) (Гацалова, 2005: 33).

При этом стоит отметить, что отношение «новые явления – новые слова» может не соответствовать реальному разнообразию возможностей в процессе номинации, потому что новые явления могут быть не связаны с новыми лексическими новообразованиями. Новые реалии и ситуации могут именоваться старыми словами и словосочетаниями, а также частично измененными словами (Гацалова, 2005).

Основной из причин появления лексических новообразований является появления нового предмета или явления в мире. Номинация предмета или явления необходима, поэтому в современном мире, стремительно меняющемся и развивающемся, ежедневно появляется множество неологизмов.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.

В первой главе было определено понятие неологизма, рассмотрены основы классификации неологизмов в английском языке, изучено место неологизмов в языковой картине мира, а также выявлены причины появления неологизмов.

Неологизм – слово, недавно появившееся в словарном составе языка и зафиксированное в словарях. Понятие неологизма изменчиво во времени и относительно: неологизмом слово считается до тех пор, пока говорящие ощущают в нем новизну. Слово перестает быть неологизмом, когда становится общеупотребительным.

Существует множество классификаций неологизмов. Исследователи предлагают делить неологизмы на классификации по целям создания (книжные, разговорные, окказиональные), по времени появления (впервые появилось, или забытое слово), по способам образования (морфологические, лексические и стилистические), а также общеязыковые и индивидуально-авторские неологизмы.

Появление в языке новых слов и отмирание существующих является зеркалом природы всего происходящего. Этот процесс фиксирует перемены, происходящие в обществе, его культуре, истории, меняется языковая картина мира, и, как следствие, «картина мира» в целом.

Изменения общественной жизни, развитие производства, появление новых процессов и явлений, новых реалий, изменения мышления, требуют наименования. К этим процессам относят экстралингвистические причины появления неологизмов. При этом способы образования неологизмов и способы их семантического наполнения подчиняется внутренним законам развития каждого языка.

Во второй главе рассматривается связь процессов изменений в жизни общества и появление неологизмов, а также способ образования неологизмов – метафоризация.

## **ГЛАВА 2. АНАЛИЗ НЕОЛОГИЗМОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ КАК ОТРАЖЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА.**

Научно-технический прогресс последних десятилетий развил способность средств массовой информации мгновенно реагировать на происходящие в мире события и, таким образом, мгновенно преодолевается путь от источника информации до читателя. Новая информация и, соответственно, новые слова, незамедлительно передаются с помощью медиа текстов. С одной стороны, доступность и быстрота публикаций, мнений, комментариев на новостных страницах СМИ отражает высокий темп жизни и степень информированности современного человека. С другой стороны, медийный характер текстов позволяет и, в некоторой степени, подталкивает к креативности и созданию неологизмов авторов онлайн публикаций при освещении событий и фактов или высказывании своего мнения относительно окружающего мира.

Стремительное появление неологизмов является своеобразным зеркалом языкового развития, которое отражает изменения языка и его развитие под влиянием внешних (неязыковых) факторов, привлекает все больше исследователей к проблемам неологии. В современных трудах подчеркивается, что процесс появления лексического новообразования начинается с практики и словоупотребления, так как исторически сложившиеся, социально определенные, экономические, политические и культурные условия существования языкового общества оказывают влияние на лексико-номинативную речевую активность (Добреньков, 2006). Современные тенденции развития СМИ ярко и быстро отражают процессы образования и распространения языковых новообразований, их речупотребления, а также характер и изменения языковых процессов.

Однако далеко не все новые слова закрепляются в лексике и приживаются в речи. Лишь малая часть из них становится популярна, общеупотребительна и попадает в словарь как новообразования. Остальные неологизмы, вследствие непопулярности, исчезают, и мы можем лишь зафиксировать факт их появления в СМИ, но в словарях новых слов они отсутствуют.

В данной работе мы рассматриваем неологизмы на материале электронных словарей неологизмов: “Macmillan Buzzword dictionary”, “Cambridge dictionary online blog”, “Oxford dictionary online”. При добавлении нового слова, авторы словарей отмечают новизну новой единицы. Для исследования употребления неологизмов рассматриваются интернет издания: “The Guardian”, “BBC”, “CNN”, “The New York Times“, “Financial Observer”, “The Pioneer”, “The Economist”, “New Life Narrabri”, “The Telegraph”.

## **2.1 Неологизмы, отражающие политические изменения в жизни общества.**

Политические преобразования стремительно происходят в современном мире, и, конечно, политические неологизмы быстро появляются в языковой среде и мгновенно отражаются в средствах массовой информации.

Рассмотрим как знаковые события на мировой политической арене последних десятилетий влияли на появление новых слов и словосочетаний в английском языке, и найдем примеры употребления этих новообразований в англоязычных средствах массовой информации.

Политические неологизмы позволяют привлечь внимание к тем понятиям, предметам и явлениям, которые ранее не существовали вовсе или не были поименованы, а следовательно, и осознанны. В последние десятилетия в англоязычном политическом дискурсе происходит образование большого количества неологизмов. Это говорит об изменениях в политической системе, об отказе придерживаться устоявшихся стереотипов, устаревших мифов и устоявшихся картин мира и оценок (Миньяр-Белоручева, 2012).

Как правило, в периоды предвыборных президентских компаний и нахождения у власти нового президента, появляются слова и словосочетания, отражающие направления его политики, внешне-политической деятельности, реформирования экономики и социальной сферы и т.п. Так, предвыборная кампания Б. Обамы и период его нахождения на посту президента США породили много новых слов:

- *alt-right* - a group of people with various far-right and often racist opinions who are active especially online [MD]. Слово получило новое значение и указывает на людей с расистскими взглядами. Пример использования: “*The self-styled alternative right, or “alt-right” are promulgators of online viciousness, much of it racist in theme.*”(The Guardian. 2012. Jul. 07<sup>th</sup>).

- *Obamania* - the condition of being a very enthusiastic supporter of newly-elected US President Barack Obama. Слово появилось для обозначения людей, поддерживающих и пропагандирующих политику Б. Обамы [MD]. Пример использования: “*Obamania came to the Commons yesterday as party leaders fell over themselves to praise the US President-Elect, telling everyone he was one helluva guy and their bestest American buddy.*”(The Guardian. 2008. Nov. 6<sup>th</sup>).

- *Obamacare* - an informal name for the Affordable Care Act, a US federal law intended to improve access to health insurance for US citizens



introduced by President Obama [OD]. Слово появилось при настоятельном продвижении закона о медицинском обслуживании. Пример использования: *“The ongoing debate over Obamacare’s future means that millions of Americans aren’t sure what will happen next for their health coverage.”* (CNN. 2012. Aug. 12<sup>th</sup>).

- *mitthead* - an individual who constantly changes his political positions to suit his audience and objectives [CD]. Слово появилось во время выборов президента в 2008г. и так называли людей с постоянно меняющимися взглядами. Пример использования: *”So The Mitthead’s going to Washington.”* (The Guardian. 2010. May 10<sup>th</sup>).

События 2015-2016 годов отмечены появлением большого количества неологизмов, связанных с новым президентом США Д. Трампом. Многие новообразования неразрывно связаны с именами политиков, а также с их активными и решительными действиями на политической арене. Так, громкие заявления Д.Трампа и его решительные действия породили большое количество неологизмов. Мы приводим некоторые из них:

- *Trumpism* - the policies of Donald Trump, including economic nationalism, controlled borders and a foreign policy that puts American interests first [MD]. Так стали называть политику и взгляды президента, поскольку он в них непреклонен. Пример использования: *“...in February a small group of anonymous writers from inside the conservative movement launched a blog that championed “Trumpism”...* (The Guardian. 2016. Aug. 16<sup>th</sup>).

- *Trumponomics* - the economic policies of US President Donald Trump [MD]. Название экономических предложений Трампа, касающихся улучшения жизни рабочего класса. Пример использования: *“Why Trumponomics cannot make America great again.”* (The Guardian. 2017. Aug. 04<sup>th</sup>).

- *Trumpflation* - the inflation that might appear during Donald J. Trump's US presidential administration [MD]. Слово появилось для обозначения последствий экономических изменений Трампа и имеет негативную коннотацию. Пример использования: “*Trumpflation story is fake news when explaining market moves.*” (Financial Times. 2017. Mar. 24<sup>th</sup>).

- *trumpertantrum* - angry and inaccurate language from President Trump or his supporters [MD]. Трамп активно ведет страницу в социальной сети и его резкие высказывания получили название. Пример использования: “*Donald Trump likes the phrase Trumpertantrum so much, he may trademark it.*” (Politico. 2016. Apr. 02<sup>nd</sup>).

- *superdelegate* - a delegate who has an automatic seat at the Democratic Party Convention and who is not pledged to any candidate [OD]. Появилось для обозначения делегата у которого есть право поддержать любого из претендентов в кандидаты в Президенты США. Пример использования: “*The answer has to do with a quirk unique to the Democratic Party called superdelegates...*” (NBC News. 2016. Feb. 10<sup>th</sup>).

От фамилии президента США образовано множество и других неологизмов, но они не прижились в лексике общества и не добавлены в словари как новые слова. Тем не менее, мы считаем правильным упомянуть их: “*get trumped*” (вновь что-то потерять), “*trumpescite*”, “*trumpeteer*” (сторонники Трампа), “*trumpertantrum*”, “*trumpestuous*”, (истерика Трампа), “*trumpescent*” (что-то дорогое, но абсолютно безвкусное), “*trumpey*” (члены семьи Трампа), “*trumpet boy*” (человек, приносящий свежие новости о Трампе) и другие новообразования (по материалам Inquirere.net. 2018. May. 25<sup>th</sup>).

Политическая жизнь Великобритании также разнообразна и является источников появления новых слов. События, связанные с выходом Великобритании из ЕС в 2016г. стали причиной появления таких неологизмов:

- *Brexit* – an exit (= act of leaving) by the United Kingdom from the European Union [OD]. Название процесса выхода Британии из состава ЕС. Пример использования: “*The decision in favour of Brexit, following a bitterly close electoral race, represents the biggest shock to the political establishment in Britain and across Europe for decades...*” (The Guardian. 2016. June, 24th).

- *Brexiteer* - someone who is in favour of the United Kingdom leaving the European Union [OD]. Слово появилось вслед за предыдущим и обозначает сторонника Брэкзита. Пример использования: “*David Cameron has rejected claims he is a "closet Brexiteer," insisting he is "passionate" about staying in the EU.*” (BBC. 2016. May, 26<sup>th</sup>).

- *Bremain* - a word that refers to the campaign for the UK to stay in the EU; a combination of Britain and remain [MD]. Появилось вслед за появлением противников Брэкзита. Пример использования: “*"Brexit" vs. "Bremain": The British Referendum.*” (The Guardian. 2016. June, 16<sup>th</sup>).

- *eurosceptics* - someone, especially a politician, who thinks that their country should not be part of the European Union [OD]. Означает людей, сомневающих в том, что их страна должна быть в составе ЕС. Пример использования: “*...with many more Eurosceptic MEPs than before - though not enough to systematically block EU legislation.* (BBC. 2016. June, 06<sup>th</sup>).

Новообразование *Brexit* стало невероятно популярным и вскоре по образцу стали образовываться подобные единицы: *Grexit* (*Greece* + *exit*), *Frixit* (*Finland* + *exit*), *Czechit* (*Czech* + *exit*), *Clexit* (*climat* + *exit*) и другие.

Предвыборные кампании добавляют новообразований:

- *Shy Tory* – a person who secretly voted Conservative in the 2015 UK elections, especially one who claimed to the pollsters to be voting a different way [MD]. Так стали называть консерваторов Великобритании, которые могут в последний момент изменить свое решение. Пример использования: “*In this report, I've analysed electoral data and polling*

*internals from the last 35 years and toplines from the last 50, to try and quantify the shy Tory effect.”* (NCPolitics. 2015. May, 6<sup>th</sup>).

- *Evel* – English votes for English laws; the idea that only English (as opposed to Scottish, Welsh or Irish) MPs should be allowed to vote for laws that affect only England [MD]. Возникло у сторонников того, что лишь англичане могут голосовать за свои законы, исключая жителей других стран Соединенного Королевства. Пример использования: *“At the same time, ... they would be able to legislate in areas such as health and education without any input from MPs representing Scottish seats. He called it "English Votes for English Laws", which got shortened to EVEL.”* (BBC. 2015. Oct. 22<sup>nd</sup>).

Англоязычная пресса не обходит стороной и российскую политическую жизнь. Выборы президента России 2016г. и президентство В.Путина дали англоязычной прессе повод для появления новых слов:

- *crony capitalism* - An economic system characterized by close, mutually advantageous relationships between business leaders and government officials [OD]. Появилось для обозначения экономико-политической системы, при которой верхушка власти тесно связана с крупнейшими бизнес структурами страны. Пример использования: *“Russia’s economy is a cocktail of conservative macroeconomic policy, state and crony capitalism a blend of protectionism and efficient authoritarianism...”* (Financial Observer. 2017. Apr. 14<sup>th</sup>).

- *Frenemy* - someone who is supposedly a friend, although both parties know you don't really like each other [OD]. Означает человека с которым приходится общаться как с другом, несмотря на разные с ним политические взгляды. Пример использования: *“Russia: Friend, Enemy, or Frenemy? With relations between the U.S. and Russia at their lowest point in decades...”* (The New York Times. 2017. Apr. 24<sup>th</sup>).

- *kremlinology* - the study and analysis of Soviet or Russian policies [OD]. Политика Кремлевской администрации, часто связанная с коррупцией. Пример использования: “*Vladimir Putin’s new Kremlinology is all about anti-Westernism. His all-out campaign against America...*” (The Pioneer. 2016. Nov. 26<sup>th</sup>).

- *putinism* - (in Russia) the ideology, priorities, policies and the system of government under President Putin [MD]. Обозначает политику, взгляды, поступки президента В. Путина. Пример использования: “*He rose from a background in the theatre and PR to become the architect of Putinism – the undisputed master of Russia’s internal politics.*” (The Guardian. 2017. May, 15<sup>th</sup>).

- *to putinize* — to eliminate with prejudice any and all opposition by any means necessary [MD]. Появилось как обозначение жесткой политики В. Путина, не приемлющей никакой критики. Пример использования: “*New editors in Russia can expect to be putinized if they are in disagreement with the de facto President for Life.*” (The Guardian. 2017. Aug. 02<sup>nd</sup>).

Политическая обстановка в России также является поводом для появления лексических новообразований. Многие из них не фиксируются словарями, так как слова не закрепляются в речи. Тем не менее, мы считаем нужным упомянуть о них: “*long termism*” (пребывание у власти чрезмерное количество сроков, нежелание расстаться с властью), “*kremlins*” (*Gremlin*) (таинственная злая сила + kremlin), “*putinjugend*” (молодежь, вовлекаемая в политику, в которой воспитывают агрессию к тем, кто критикует власть), “*passive corruption*” (*om passive smoking*) (отсутствие борьбы с коррупцией со стороны высших должностных личностей страны), “*Mr. Clean*” (*Mr. Clean Hands*) (иронически и саркастически: кристально чистый политический деятель), “*porky*” (корруптированный: страна с корруптированным правительством).

Следует отметить, что указанные неологизмы отражают характеристики людей и настроения в обществе в периоды политических изменений, происходящих в разных странах. В целом, можно сделать вывод, что политическая сфера активно проявлена в образовании неологизмов, и, из-за постоянных изменений и значимости событий в этой сфере, количество новообразований будет увеличиваться.

## **2.2 Неологизмы, отражающие социально-экономические изменения в жизни общества.**

Определение социально-экономических неологизмов, прежде всего, стоит начать с описания процессов изменений в обществе и появление новых явлений, породивших массовое рождение новых слов.

Так, мировой экономический кризис 2008г. и последующая за ним экономическая стагнация стали причиной появления самых различным лексических новообразований. Появились слова:

- *balloon payment* - a final payment on a loan, consisting of most or all of the amount borrowed, previous payments having been of the interest only [CD]. Так стали называть либо последний, либо промежуточный платеж по кредиту, но превышающий размер регулярного платежа. Пример использования: “*At the end of the contract, they then have the option of making a ‘balloon payment’ in order to keep the car or to hand back the vehicle at no cost.*” (The Guardian. 2017. Sep. 19<sup>th</sup>).

- *credit crunch* - the unexpected social and economic consequences of the economic recession [OD]. Словосочетание означает повышение ставок по кредитам и трудности их погашения. Пример использования: “*Strange, tangential and often unlikely events laid at the door of the credit crunch... Sales*

*of fine-blend teas are dropping as cost-conscious Brits turn back to the traditional comforts of Builder's Tea ...*" (BBC News. 2009. March 18<sup>th</sup>).

- *green shoots* - any sign of growth and improvement (economic) [OD].

Означает признаки экономического выздоровления. Пример использования: *"Despite a rough couple of weeks for Republicans, GOP strategists see their own political green shoots of recovery on the economy."* (The Guardian. 2009. Jan. 14<sup>th</sup>).

- *generation rent* - the group of people who have reached the age when they would like to buy a house or flat to live in, but cannot afford to and so will have to rent their home [OD]. Экономические трудности породили новый термин, касающийся большого слоя населения: молодые люди, не имеющие возможности купить или взять в аренду жилье. Пример использования: *"... the report analysed the results of a survey of 8000 20 to 45 year-olds, and identified the emergence of 'Generation Rent': two thirds (64%) of non-homeowners who believe they have no prospect whatsoever of buying a home."* (BBC News. 2011. June 13<sup>th</sup>).

- *financial tsunami* – another name of financial crisis 2008 [MD].

Экономический кризис получил и другое название. Пример использования: *"Recession risks financial 'tsunami'"* (BBC News. 2009. March 20<sup>th</sup>).

- *fiscal cliff* – the tax increases and spending cuts that will have to take place in the US at the end of 2012 when the Budget Control Act of 2011 comes into effect [OD]. Так называли финансовую ситуацию в США в период экономического кризиса. Пример использования: *"Washington is engaged in an all-consuming debate about how to resolve the 'fiscal cliff' - which we like to call, for reasons that will soon be explained, 'the austerity crisis'."* (The Washington Post. 2012. Nov. 27<sup>th</sup>).

- *mark to market* - denoting or relating to a system of valuing assets by the most recent market price [OD]. Переоценка стоимости активов или бизнеса в период нестабильных цен. Пример использования: *"Because of an*

*accountancy practice called ‘mark to market’, requiring that assets be listed at their current values, this fact had to be reflected in the companies' balance sheets – so these balance sheets suddenly looked disastrous.”* (The Guardian. 2008. Oct. 20<sup>th</sup>).

- *quantitative easing* - a process of increasing the amount of money in a country's economy, usually in an attempt to improve the economy and prevent a situation in which the banks are not willing to lend money [OD]. Появляется в период кризиса и означает один из методов монетарной политики. Пример использования: *“Printing money, quantitative easing or extraordinary measures – call it what you want but one thing is clear. The UK economy and the Bank of England have entered uncharted waters.”* (Financial Director. 2009. March 8<sup>th</sup>).

- *regift* – to give a present that you do not want to someone else, usually wrapped up again neatly [CD]. Экономия потребовала не выбрасывать ненужные подарки и появилась идея того, что их можно подарить другому человеку. Пример использования: *“I feel like a spectacular ingrate for even broaching the subject of regifting before a single present has been unwrapped...”* (The Guardian. 2009. Dec. 20<sup>th</sup>).

- *too-big-to-fail* - (of a financial organization or other business) so important to the economy of a country that a government or central bank must take measures to prevent it from ceasing to trade or going bankrupt [OD]. Появилось для обозначения крупных компаний, которые не могут погибнуть в условиях кризиса и государство оказывает всестороннюю поддержку. Пример использования: *“So banks are too big to fail. Are they also too big to regulate?”* (The Guardian. 2014. Nov. 28<sup>th</sup>).

Существуют неологизмы, которые образованы от уже существующих лексических единиц, например от названия известного бренда или компании:



- *uberization* - the act or process of changing the market for a service by introducing a different way of buying or using it, especially using mobile technology [CD]. Название посреднических услуг между покупателем и продавцом. Пример использования: *“You may not be contemplating becoming an Uber driver any time soon, but the Uberization of work may soon be coming to your chosen profession”* (The New York Times. 2015. Jan. 28<sup>th</sup>).

Международная экономическая интеграция происходит в мире уже на протяжении нескольких десятилетий. Этот процесс объединения экономик разных стран в один рынок повлек за собой появление новых слов:

- *crowdfunding* - the process of getting a large group of people to finance a particular project, especially by using a website where people can make contributions [OD]. Международный и добровольный проект по сбору денег на различные проекты. Пример использования: *“Greece was on the edge of a deadline to pay 1.5 billion euros (about \$1.75 billion) back to the International Monetary Fund, and a crowdfunding campaign called Greek Bailout Fund wanted to help.”* (The New York Times. 2015. Jun. 30<sup>th</sup>).

- *customs union* - an agreement between countries that goods moving between them will be tariff free and the same tariffs set on goods coming from outside [OD]. Так стали называть группу стран, которые имеют общие договоренности о таможенных пошлинах. Пример использования: *“The customs union allows for tariff-free trading between members with a common tariff set for imports from the rest of the world.”* (BBC. 2018. Jul. 17<sup>th</sup>).

- *deglobalization* - the reversal or decline of globalization [MD]. Процесс глобализации породил обратный процесс и его сторонников. Пример использования: *“Does the changing nature of the global economy mean that the world is about to experience - or is already experiencing - a period of deglobalisation, as in the interwar period?”* (BBC. 2015. May, 18<sup>th</sup>).

- *free trade* - a system of international trade in which companies do not have to pay high taxes on the goods bought from or sold in other countries [OD]. Появилось для обозначения системы международной торговли с низкими налоговыми ставками. Пример использования: “*The next president of the United States is rethinking free trade.*” (The Guardian. 2016. Aug. 20th).

- *globalization* - the increase of trade around the world, especially by large companies producing and trading goods in many different countries [CD]. При массовом объединении стран в союзы появился и термин. Пример использования: “*Some see globalisation as a good thing. According to Amartya Sen, a Nobel-Prize winning economist, globalisation “has enriched the world scientifically...”*” (The Economist. 2013. Sept. 23<sup>rd</sup>).

Экономические изменения, независимо от того носят ли они глобальный характер или имеют место лишь в отдельно взятой малой группе людей, накладывают изменения на ежедневную жизнь людей. Меняется материальная база, рынок труда, производственные возможности, возможно классовое разделение общества, и, наконец, меняется общественное сознание. Институт семьи теряет свое важное значение, меняются отношения между полами, родителями и детьми, а также происходят процессы феминизации и инфантильности. При появлении новых явлений появляется надобность их наименования:

- *child-free* - not having any children, especially by choice [CD]. Появилось для обозначения явления нежелания иметь детей. Пример использования: “*Not to be confused with those who are childless by choice – the “child-free”, as some say.*” (The Guardian. 2017. Sept. 17<sup>th</sup>).

- *kidfluencer* - a child who is an influencer on social media [MD]. Обозначает ребенка, вовлеченного в социальные сети и телевидение. Пример использования: “*What I’m a lot less comfortable with is the concept of a “kid-influencer” whose entire life is being lived out for commercial gain in front of a smartphone lens*“.. (Independent. 2019. Mar.11<sup>th</sup>).

- *kidult* – an adult who enjoys entertainment such as films or computer games that are intended mainly for children [OD]. Появилось вслед за появлением взрослых людей, активно вовлеченных в компьютерные игры и телевизионный контент для детей. Пример использования: *“New research highlights the extent of the ‘Kidult’ phenomenon and examines ways that parents can embrace it to increase their time together with their children.”* (BBC. 2018. May, 31<sup>st</sup>).

- *boomeranger* - another name for a boomerang kid, someone who returns to live with their parents after spending time away studying or working [OD]. Массовое желание молодых людей вернуться и жить в доме родителей стало причиной появления и названия таких людей. Пример использования: *“My generation has been called the “boomerangers,” meaning that young people like me and my friends are nesting with our folks again when we are expected to be independent.”* (CNN. 2012. Apr. 12<sup>th</sup>).

- *kipper* – an acronym for 'kids in parents' pockets eroding retirement savings [MD]. Появилось для обозначения взрослых детей, которые живут за счет своих престарелых родителей и не позволяют им скопить пенсионные накопления. Пример использования: *“And who are they? They are “kippers”, an acronym for “kids in parents’ pockets eroding retirement savings”, according to the survey from the Prudential, the financial services group.”* (The Telegraph. 2003. Nov. 17<sup>th</sup>).

В ходе исследования неологизмов, относящихся к семейным отношениям, обозначилась интересная, с нашей точки зрения, семантическая группа, которая относится к «брачным отношениям». К ней относятся новообразования: семейный статус, характер самого брака, характер их отношений в случае развода, отношения между супругами. Анализ неологизмов данной группы показал, что в XXI веке понятие брака выходит за рамки существующих прежде традиционных

отношений между мужем и женой, о чем свидетельствует появление следующих понятий:

- *LAT* - living apart together: refers to couple who are in an intimate relationship but live in separate homes [MD]. Стало обозначать супружескую пару, живущую в разных домах. Пример использования: *"They call it "living apart together" and its a term that now applies to a million couples in the UK. "* (The Guardian. 2005. Dec. 16<sup>th</sup>).

- *open marriage* - a marriage in which both partners are free to have sexual relationships with other people [OD]. Обозначает супружескую пару, оба партнера которой могут иметь сексуальные связи с другими людьми. Пример использования: *"Can an open marriage EVER work? After 10 years and two children, one woman reveals what happened..."* (The New York Times. 2018. Jan. 29<sup>th</sup>).

- *starter marriage* - A short-lived first marriage between young adults, viewed as a form of preparation for a subsequent, more lasting one with different partners [OD]. Так стали называть первое неудачное замужество. Пример использования: *"What causes 'starter marriages' to fall apart, and what can you learn from them?"* (The Guardian. 2014. Dec. 19<sup>th</sup>).

- *same-sex marriage* - marriage between two people of the same sex [OD]. Название супружеской пары, в которой оба партнера одного пола. Пример использования: *"Three couples find a special way to celebrate Taiwan becoming the first place in Asia to legalise same-sex marriage."* (BBC. 2019. Apr. 21<sup>st</sup>).

В периоды социальных изменений активно проявляют себя многочисленные партии «Зеленых» (Greens Parties), которые выступают за защиту окружающей среды. Они устраивают, так называемые, лагеря мира (*peace camps*) недалеко от военных или других опасных объектов средствах массовой информации обсуждают проблемы парникового эффекта (*green-house effect*) и глобального потепления (*global warming*).

Появился новый раздел словаря (*eco-vocabulary*), он незаметно, но уверенно занял место в повседневной жизни:

- *eco-doom* - Impending ecological disaster on a large scale [OD]. Так стали называть неизбежно надвигающуюся экологическую катастрофу. Пример использования: “*The prophets of eco-doom: a perfect record of failure.*” (New\_Life Narrabri. 2017. Jun. 7th).

- *eco-friendly* - designed to have little or no damaging effect on the environment [OD]. Так стали называть объекты, которые не имеют вредного влияния на окружающую среду. Пример использования: “*Stockholm is already pretty eco-friendly.*” (BBC. 2017. Mar.8<sup>th</sup>).

- *eco-tourism* – the business of organizing holidays to places of natural beauty in a way that helps local people and does not damage the environment [OD]. Стало популярно отдыхать в природной местности и при этом не наносить ей вред. Пример использования: “*Though it's still early days, ecotourism in Botswana is said to contribute 4-5% towards the country's GDP.*” (CNN. 2016. Jun. 13<sup>th</sup>).

- *global warming* - the slow increase in the temperature of the Earth caused partly by the greenhouse effect increasing the amount of carbon dioxide in the atmosphere [CD]. Средняя температура на планете растет и это становится угрозой, вслед за явлением появился и термин. Пример использования: “*The Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) is meeting in Sweden to thresh out a critical report on global warming.*” (BBC. 2013. Sept. 23<sup>rd</sup>).

- *green-house effect* - The trapping of the sun's warmth in a planet's lower atmosphere, due to the greater transparency of the atmosphere to visible radiation from the sun than to infrared radiation emitted from the planet's surface [OD]. Обозначает процесс повышения температуры на поверхности Земли. Пример использования: “*To understand global*

*warming, it's first necessary to become familiar with the greenhouse effect, though.*” (The Washington Post. 2016. Sept. 28<sup>th</sup>).

- *greentailing* - the business of selling products that are not harmful to the environment [OD]. Обозначает процесс распространения экологически чистых продуктов, не вредных для окружающей среды. Пример использования: *“Greentailing and the 64 Thousand Tree Question – Can Reducing POS [point of sale] Paper Consumption Save the Planet?”* (Ezine Articles. 2010. June 4<sup>th</sup>).

- *peace camps* - An informal encampment set up as a public protest against a military establishment or an aspect of military policy [OD]. Так стали называть палаточные лагеря протестующих. Пример использования: *“Last year, Cameron vowed to remove the long-standing peace camp in Parliament Square if the Conservatives came to power.”* (The Guardian. 2010. May, 25<sup>th</sup>).

Итак, мы видим, как появление новых реалий и активные ежедневные изменения в социальной и в экономической сферах повлияли на появление неологизмов. Любая сфера социально-экономического устройства общества затронутая изменениями, обогащается новыми словами.

### **2.3. Неологизмы, отражающие культурные изменения в жизни общества.**

В области культуры современные лингвисты выделяют два направления в развитии неологии: появление новых лексических новообразований в массовой культуре и новых лексических единиц в жанрах и видах искусства. В области изобразительного искусства

происходит кульминация внедрения всего нового, появляются все новые и новые слова, понятия:

- *op art* - a style of painting that uses lines and shapes that seem to move when you look at them [OD]. Так стали называть направление в искусстве, использующее оптические иллюзии. Пример использования: *“By the early 1970s, Victor Vasarely was everywhere. Regarded by historians today as the ‘grandfather’ of Op Art, the Hungarian-French abstract artist, then in his late sixties, had watched his pioneering geometric designs.”* (BBC. 2019. Mar. 05<sup>th</sup>).

- *action painting* - A style of abstract painting in which paint is randomly splashed, thrown, or poured on to the canvas [OD]. Появилось новое направление в живописи, при котором краска разбрызгивается на холст. Пример использования: *“Action painting, direct, instinctual, and highly dynamic kind of art that involves the spontaneous application of vigorous, sweeping brushstrokes...”* (Britannica. 2017. Feb. 17<sup>th</sup>).

- *starchitect* - a very famous architect, especially one who has recently designed a famous building [OD]. Если архитектор создал проект здания, ставшего известным, то архитектора стали именовать по новому. Пример использования: *“...the crowd having been shocked into near silence by the earlier death of Starchitect.”* (The Guardian. 2017. Dec. 17<sup>th</sup>).

- *kinetic art* - a type of art in which artists produce works that move or have parts that move [OD]. Появляется новый вид искусства, в котором объекты или их части двигаются. Пример использования: *“These grand silver sculptures from the 60s stand the test of time. They ought to look as dated as kinetic art often does...”* (The Guardian. 2010. Dec, 12<sup>th</sup>).

В сферах кино и телевидения появилось также много новых слов. Вот примеры самых популярных:

- *chat show* - a television or radio programme in which famous people talk about themselves and their work [OD]. Интервью все больше стали брать у известных людей и зрителя интересует не только их творчество, но и

личная жизнь. Пример использования: *“Everybody’s favourite bear-wrestling global strongman Vladimir Putin has finally achieved his ultimate goal - a chat-show on the BBC.”* (BBC. 2018. May, 20<sup>th</sup>).

- *biopic* – a film about the life of a real person [OD]. Пример использования: Так стали называть фильм-биографию известного ныне живущего человека. Пример использования: *“A representative for the family told The Hollywood Reporter they had not screened "Tolkien," and added they had been approached about biopics in the past without granting approval.”* (CNN. 2019. Apr. 23<sup>rd</sup>).

- *artsy (arty)* - Making a strong, affected, or pretentious display of being artistic or interested in the arts [OD]. Так стали называть очень артистичный образ. Пример использования: *“Artsy, a web marketplace for art, photography and design, is launching a GPS-based city guide to help collectors and hobbyists find museum exhibits...”* (Bloomberg. 2019. mar. 02<sup>nd</sup>).

- *vlog* - A personal website or social media account where a person regularly posts short videos [OD]. Появление возможности постоянной видео съемки привело к массовому выкладыванию любительского видео и даже к созданию специальных тематических страниц. Пример использования: *“Logan Paul ends daily YouTube vlog series.”* (BBC. 2018. Apr. 30<sup>th</sup>).

Коммуникация как новый вид социализации дает невиданные ранее возможности, создавая новые условия и понятия, которые находят свое отражение в языке:

- *webzine* - a magazine published electronically on the Internet [OD]. Каждое новостное и развлекательное издание сейчас имеют сайт в Интернет, журналы не стали исключением. Пример использования: *“Matt Andrews was a client-side web developer at the Guardian. In his spare time he runs a music webzine and writes on his personal blog.”* (The Guardian. 2015. Feb. 13<sup>th</sup>).



- *netiquette* - The correct or acceptable way of using the Internet [OD]. Пользователи Интернет не стесняются в выражениях, но уважительное поведение, все же приветствуется. Пример использования: “*The word netiquette is a combination of 'net' (from internet) and 'etiquette'.*” (BBC. 2012. Oct. 12<sup>th</sup>).

- *emoticon* - a symbol that you type in an electronic message to show how you feel. For example the emoticon :-) means happy or friendly [OD]. Активное общение в сети Интернет привело к появлению картинок с эмоциями, дабы пишущий мог отразить свое настроение. Пример использования: “*And on the BBC, under the headline “Emoticons in texts can rack up huge bills” is a news story which exclusively discusses emoji.*” (The Guardian. 2015. Feb. 6<sup>th</sup>).

Популярность социальных сетей, сделали их не только предметом обсуждения, но и от названия сетей образуются новые слова:

- *instafamous* – famous as a result of having a large number of social media followers, especially on Instagram [MD]. Так стали называть человека, известного в социальной сети Инстаграм и имеющего много подписчиков. Пример использования: “*How my heart leapt when the US college admissions scandal drew in a sitcom star and her Insta-famous daughter.*” (The Guardian. 2019. Apr, 03<sup>rd</sup>).

- *instagrammer* – a user of the Instagram social network [MD]. Социальные сети получили настолько массовое распространение, что их пользователи также получили названия. Пример использования: “*There’s no better way to learn than from the professionals themselves. Read on to find out our favourite Instagrammers’ top tips for taking that flawless food shot...*” (BBC. 2019. Jan. 17<sup>th</sup>).

- *tweet* (v) - make a post on the social media application Twitter [CD]. Сделать запись от своего имени в социальной сети Твиттер – это тоже получило свое название. Пример использования: “*We’ve made some changes*

*to improve how the tweet button on guardian.co.uk works.”* (The Guardian. 2010. Sept. 27<sup>th</sup>).

-*retweet* - (on the social media application Twitter) repost or forward (a message posted by another user) [OD]. Опубликовать уже опубликованный текст в социальной сети – это тоже имеет свое название. Пример использования: *“Donald Trump retweets far-right group's anti-Muslim videos.”* (BBC. 2017. Nov. 29<sup>th</sup>).

Массово появляются слова, описывающие как группы людей и отдельных личностей, так и их поведение. Связано это с изменением поведения людей под влиянием экономических и социальных изменений в мире и активного развития технологий:

- *videocracy* - a society where the power of the image is dominant (rather than the written word, for example) [MD]. В обществе стало иметь большое значение фото человека, как он выглядит, что изображено рядом. Пример использования: *“Erik Gandini's Videocracy is an intriguing, mordant look at the world of the Italian premier Silvio Berlusconi: an acrid Dolce Vita for the modern day.”* (The Guardian. 2010. Jun. 23<sup>rd</sup>).

- *staycation* - a holiday that you take at home or near your home rather than travelling to another place [CD]. В эпохи экономических кризисов все больше людей не уезжают в отпуск за границу, а остаются в своей стране. Пример использования: *“Staycation searches and bookings for the UK have increased by almost a quarter compared to 2016, according to data analysis.”* (Independent. 2017. Apr. 07<sup>th</sup>).

- *rethink* - Consider or assess (something, especially a course of action) again, especially in order to change it [MD]. Люди меняют свое мнение часто и появилось этому обозначение. Пример использования: *“The first minister has called on Theresa May to rethink plans for how the UK should leave the European Union.”* (BBC. 2017. Jun. 13<sup>th</sup>).

- *adulthood* – actions and behaviour that are considered typical of adults, not children or young people [OD]. Происходит инфантилизация общества, дети не взрослеют. Пример использования: “*Welcome to the Adulthood School, which holds a series of in-person workshops dedicated to “teaching skills for personal and financial success.”*” (BBC. 2017. Jan. 26<sup>th</sup>).

- *mansplain* - (of a man) explain (something) to someone, typically a woman, in a manner regarded as condescending or patronizing [OD]. Феминизация общества приводит к тому, что женщины претендуют на равноправие полов и требуют к себе такого же отношения, как и к мужчинам. Пример использования: “*Two male colleagues recently asked me, unprompted, “How do I know if I’m mansplaining?”*” (BBC. 2018. Jul. 28<sup>th</sup>).

- *flash mob* - the word refers to a large group of people who gather in a usually predetermined location, perform some brief action and then quickly disperse [OD]. Люди договариваются в социальных сетях о различных массовых мероприятиях и проводят их. Пример использования: “*A zombie flash mob turned a street into a dance floor when the recreated parts of Michael Jackson’s famous Thriller dance.*” (BBC. 2018. Oct. 30<sup>th</sup>).

- *word-salad* - a sequence of words and phrases that means nothing [OD]. Появилось слово, обозначающее бессмысленный набор слов (у взрослых). Пример использования: “*Everyone knows that walls work,” he claimed before handing out a serving of word salad that was difficult to understand...*” (The Guardian. 2019. Feb. 15<sup>th</sup>).

- *icon* - a person or thing regarded as a representative symbol or as worthy of veneration [OD]. Люди восторгаются другими людьми и считают этих людей идеалом. Пример использования: “*Ultimately you get to decide who is the greatest icon of them all, as the category winners ...*” (BBC. 2007. Mar. 14<sup>th</sup>).

- *recessionista* - A woman who seeks to remain fashionable or stylish despite financial difficulties or a limited budget [OD]. Мода занимает

лидирующие позиции в обществе и ей следую даже в условиях финансовых трудностей. Пример использования: “*How Kate became the Royal Recessionista?*” (Independent. 2019. Apr. 29th).

- *bromance* - a close but non-sexual relationship between two men [CD].  
Отношения между полами меняются и, если это лишь дружба, то необходимо подчеркнуть. Пример использования: “*Donald Trump and Kim Jong-un's highly anticipated meeting in Singapore is on, then off, then on again like a bad bromance.*” (BBC. 2018. Jun. 04<sup>th</sup>).

Мы видим, что любые изменения в культурной жизни влекут за собой появление новых слов. По неологизмам культурной сферы можно судить о ценностях людей в определенный временной промежуток, что мы и наблюдаем выше.

#### **2.4. Метафоризация как способ образования неологизмов.**

В настоящее время сложно кого-то удивить метафорами компьютерной сферы, надежно вошедшими в речь современного человека, как *frame*, *icon*, *tools*, *window* и *port*. Виртуальная реальность настоящего времени можно сравнить с “*my Grandmother's kitchen*” («кухня моей бабушки»). Хранилища данных можно представить памятными тарелками, висящими на стенах кухни; поисковые системы тихо шумят как посудомоечные машины, а к концу дня скапливается мусор в виде корзины с файлами и письмами. Метафора “*Grandfather's clock*” (большие напольные часы) представляется возможностью повернуть время вспять. Любая компьютерная директория хронологически расширяется, позволяя изучить базу данных более детально. “*The Junkyard*” — метафора, которая семантически сравнивает компьютер с «кладбищем, свалкой старых

автомобилей», где заканчивают свой век старые, ненужные файлы и данные.

Рассмотрим названия современных компьютерных устройств, что интересно, среди их названий популярна фруктовая тематика. Существует большое количество версий, почему компьютерная корпорация Apple получила такое название. Наиболее правдоподобная версия утверждает, что основатель компании Стив Джобс любил сравнить домашний компьютер с “*a fruit of knowledge*” («плод знаний»). Даже логотип этой компании представляет собой визуальная метафора — «надкусанное яблоко» — мы стремимся получить знания (откусить кусочек от плода). Надо сказать, что первоначально, на эмблеме Apple был изображён Исаак Ньютон, сидевший под легендарной яблоней (как символ нового открытия). Вскоре на смену той эмблеме пришло знакомое нам монохромное яблоко.

Довольно интересна история наименования знаменитого смартфона BlackBerry (*smartphone* — «умный телефон»). После долгих раздумий один из сотрудников корпорации Lexicon предложил название “*strawberry*”, так как маленькие кнопки на телефоне напоминали крошечные зёрна земляники. Так как слово “*straw*” имеет долгий звук и сложно воспринимается на слух, то его заменили на более краткий и благозвучный *blackberry*. Первоначально это устройство называлось Leapfrog (перепрыгнуть), имея в виду, что технология данного устройства сумела опередить конкурентов на рынке. Интересный факт, что это популярное устройство в США получило прозвище “*CrackBerry*” (по аналогии с наркотической формой кокаина, известной как «крэк») из-за возможности получать почту в реальном времени в любом месте, что становится привычкой и зависимостью.

Следующая интересная метафора, которую используют для обозначения группы смартфонов, — “*thumb*” («большой палец»). При

наборе цифр и букв на клавиатуре телефона для быстроты и удобства обычно пользователи задействуют лишь большие пальцы. Интересно отметить, что яблоко всегда ассоциировалось с достижениями, получением чего-то запретного: *“apple of discord”* («яблоко раздора»), *“forbidden fruit”* («запретный плод»).

Слово *“smart”* очень продуктивно в образовании метафор неологизмов. Появились *“smart board”* («умная доска», т.е. электронная интерактивная доска), *“smart card”* (пластиковая карта), *“smart device”* (интеллектуальное устройство), *“smart program”* (умная программа), *“smart tool”* (компьютеризированное устройство).

Подобно метафорам из сферы высоких технологий возникли метафоры *“smart nutrition”* («умное питание» т.е. органическое, здоровое питание), *“smart building”* («умный дом», т.е. дом, оснащенный интеллектуально), *“smart money”* (умное капиталовложение), *“smart economy”* («умная экономика») и т.д.

На Западе идут активные разговоры о «триумфе феминизма», при этом метафора *“glass ceiling”* остается актуальной и часто встречается в прессе. В буквальном переводе *“glass ceiling”* означает «стеклянный потолок», но словарь дает определение: *An unacknowledged barrier to advancement in a profession, especially affecting women and members of minorities*, что означает явление, заключающееся в том, что женщины и некоторые этнические/сексуальные меньшинства не имеют возможности дальнейшего карьерного роста по достижении определённого уровня. Хотя юридических препятствий для этого не создается, фактически подняться по карьерной лестнице выше нет возможности. На основе этого понятия появилось - *“marble ceiling”* (*“marble”* - мрамор). Разница между этими двумя понятиями в том, что определенный класс людей не только не имеет возможности занять значимую должность (в данном случае в

американском правительстве), но даже не имеет возможности видеть, что происходит «наверху».

Во второй половине прошлого века происходил бум в перемещении людей в поисках работы в другой стране. В Америку приезжало много рабочих, в основном выходцев из стран Азии. Это привело к распространению ксенофобии, и в языке это отразилось: “*slant-eyed*” (от “*slant*” - перекося и “*eye*” - глаз) распространилось как обозначение представителей монголоидной расы (например, китайцев). Рост иммиграции из стран Азии привёл к появлению в США смешанных семей. В то время американцев азиатского происхождения стали называть “*bananas*” («бананы», жёлто-белые). Иммигрантов из стран Ближнего Востока стали называть “*towel-head*” (“*towel*” — полотенце, “*head*” — голова). Это связано с тем, что среди людей на Ближнем Востоке принято носить тюрбаны.

Мы уже упоминали в предыдущих главах то, как экономические реформы влияют на появление неологизмов и в том числе образованных метафорой: термин “*zombie company*” (“*zombie*” - живой мертвец, ходячий труп) означает компанию, которая существует только благодаря вливанию денег со стороны государства.

Обсуждая экономику, президент США Барак Обама сравнивает ее с больным, ослабленным организмом: “Our economy is badly weakened, a consequence of greed and...” (The New York Times. 2009. Jan. 20<sup>th</sup>).

Б. Обама читал лекцию в том же году в Университете Джорджтаун и там он впервые упоминает излюбленную метафору медийщиков и экономистов “*toxic assets*” («токсичные активы»): “...Our banks aren't the only institutions affected by these toxic assets that are clogging the financial system.” (Financial Times. 2009. Apr. 14<sup>th</sup>). Обама часто использует метафору “*the heart of this financial crisis*.” (NYTimes. 2009. Apr. 14<sup>th</sup>) и далее говорит: “...because it has stopped lending and the imagery created is

*suggestive of not only the crisis as a cancer, but also as a blockage that is clogging the arteries for credit flow.*” (NYTimes. 2009. Apr. 14<sup>th</sup>). Также президент Обама часто использует слова медицинской тематики, что показывает его стремление «вскрыть язвы и раны кризиса на теле экономики». Говоря о том, что для любой рыночной экономики естественным являются “*ebb and flow*” (взлеты и падения), Б. Обама сравнивает кризис с “*a perfect storm (идеальный шторм) of irresponsibility and poor decision-making that stretched from Wall Street to Washington to Main Street.*” (NYTimes. 2009. Apr. 14<sup>th</sup>).

В политическом дискурсе метафора очень часто используется политиками с универсальной целью. Метафора задействует альтернативные схемы воздействия на аудиторию, поэтому является мощным способом политической манипуляции и своеобразным пиар-ходом. Примером можно считать выражение “*to push a reset button*”, которое означает «начать с чистого листа, заново» (нажать на кнопку перезагрузки). В интервью телекомпании NBC, рассуждая об отношениях между Россией и США, Б. Обама использует метафору “*to reset U.S.-Russian relations*”: “*I think that it’s going to be important for us to reset U.S.-Russian relations.*” (The Guardian. 2009. Jul. 07<sup>th</sup>). “*Reset*” — означает процесс перезагрузки. Точно также называется кнопка на корпусе электронного прибора, которая завершает все процессы и перезагружает систему.

В бытовой сфере метафору часто используют для придания высказыванию большей экспрессии, и для выражения личностного отношения говорящего. “*Police chase*” - участок проезжей части, контролируемый полицейским, при этом водители вынуждены проезжать его на низкой скорости. “*Chase*” в этом случае означает «охотничьи угодья», полицейский соответственно представляется в роли охотника, а автомобилисты его добычей: “*US police chase stolen armoured vehicle...*”



(BBC. 2018. Jun. 06<sup>th</sup>). Выражение “*Parade maker*” применяется к водителю, который медленно едет по дороге, не замечая других участников движения и другие водители не могут обогнать его. Таким образом, после него выстраивается «хвост» из машин, или «парад». Это понятие имеет негативную окраску. Подобного водителя называют “*road hog*” (hog — свинья, боров). Такой водитель ведёт себя нагло и грубо, мешает проезду других машин и занимает всю проезжую часть дороги, т.е. «жадничают как свинья».

Таким образом, можем сказать, что некоторые неологизмы имеют метафорическую основу. Метафоричность неологизмов является средством создания выразительного образа экономными речевыми средствами. Функция метафоры заключается в том, чтобы высказать какую-то мысль образно и красиво, и чтобы лучше донести до адресата ее содержание посредством, в том числе и новых лексических единиц.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Во второй главе был проведен анализ неологизмов в текстах средств массовой информации англоязычной прессы.

Появление неологизмов обусловлено необходимостью назвать новые реалии, возникающие вслед за изменениями в жизни общества. Политическая ситуация в мире меняется стремительно и появление на политической арене нового деятеля вносит свои коррективы в списки неологизмов. Неологизмы отражают общую политику, определенные реформы и намерения политических деятелей. СМИ мгновенно реагируют на действия политиков и журналисты награждают новые события новыми терминами. Неологизмы, обозначающиеся знаковые события, активно тиражируются журналистами и находят широкое распространение у массового пользователя.

Экономические изменения в обществе или в отдельном малом хозяйстве, накладывают изменения на ежедневную жизнь людей. Меняется материальное благосостояние, рынок труда, производственные возможности и меняется общественное сознание. Исследование этой сферы показало, что любые, как глобальные, так и еле заметные изменения отражаются в неологии.

Одной из значимых общественных тенденций, в настоящее время, является рост роли человеческого фактора, внимание к социальному статусу человека, рост значения взаимоотношений. Меняется отношение к институту семьи, меняются отношения между полами, происходит инфантилизация и феминизация общества. Язык, являясь неотъемлемой

составляющей жизни современного общества, мгновенно реагирует на изменения появлением новых словообразований.

Направлению культуры характерны эксперименты и нововведения. Новые арт-объекты и направления, новые направления в телевидении, новые возможности для коммуникации, развитие и популярность социальных сетей требуют номинации и являются еще одним источником пополнения словарного запаса английского языка.

Метафоризация, является одним из принципов мышления и речевой деятельности, активно участвует в образовании неологизмов, так как обладает экспрессией и прекрасно выражает отношение говорящего к проблеме. В настоящее время, большое количество неологизмов являются метафорами, так как метафора способствует созданию выразительного образа с использованием минимальных речевых средств.

Подводя итог, можно сказать, что наиболее широкой лексической категорией в исследованном материале являются неологизмы, обозначающие кризисные явления в экономике, значимые политические события, крупнейшие изменения в общественном строе. В рамках исследованных неологизмов нашли отражение новые формы отношений между людьми, новые экономические, общественные и культурные реалии, особую значимость приобрела ориентация на сохранение окружающей среды.

Проанализированный языковой материал позволяет показать тесную связь знаковых процессов в политике, экономике, культуре с лексическими преобразованиями в современном английском языке, представить лексику как наиболее подвижный пласт языка, мгновенно отображающий факты и явления объективной реальности и показывающий отношения носителей языка к этим феноменам.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Язык является сложной динамической системой и находится в постоянном развитии, имея свое прошлое, настоящее и будущее. Наиболее ярким свидетельством жизнеспособности языка служит его способность обогащать словарный запас новыми лексическими единицами.

Неология является молодой наукой и еще недостаточно изучена. До сих пор ученые не приняли единого определения термина неологизм, поэтому эта отрасль требует изучения. Стремительные изменения, происходящие в обществе, постоянно обогащают словарный состав языка новыми словарными единицами, что и дает неологии почву для активного развития и изучения.

Для современного мира характерны постоянные изменения в политической, экономической, социальной, культурной, научно-технической сферах. Появляются новые реалии, новые явления, которые требуют номинации. По этой причине возникают новые слова и новые значения.

В настоящей работе проведено исследование неологизмов политической, социально-экономической и культурной областей в англоязычной прессе и анализ процесса связи появления этих неологизмов и преобразований в указанных сферах жизни. Для понимания обществом, любое новое явление требует номинации, поэтому в стремительно развивающемся современном мире появляется большое количество неологизмов. Расширение словарного состава происходит как на количественном, так и на качественном уровнях и является отражением исторических реалий и изменений в жизни общества.

При появлении нового явления и его номинации происходит процесс принятия нового слова «массовым потребителем» или процесс его отвержения. Не слово является главным, а явление. Если явление оказывается значимым для общества и жизни в целом, тогда и явление и его словарное обозначение закрепляются в речевом употреблении и сознании. Если не значимым – явление и слово остаются в исторических хрониках и слово не становится неологизмом и не попадает в словарный состав языка. Это процесс иногда занимает несколько месяцев, а иногда и несколько лет. Никто не знает сколько времени потребуется новому слову для того, чтобы закрепиться в словарном составе языка или стать ненужным.

Поэтому неологизмы являются не просто отражением новых реалий, они показывают ценности своего времени, своего народа, отражают события, которые волнуют общество и показывают приоритетные направления его развития. По неологизмам можно оценивать общество, понять идеи людей и те направления жизни, которые их волнуют.

Неологизм – это уникальное явление, отражающее изменения лексического состава и, следовательно, событий и явлений всего общества.

Подводя итог можно сказать, что благодаря научно-техническому прогрессу в современном английском языке происходит настоящий бум образования новых лексических единиц. Новые слова ежедневно появляются и умирают, делая словарный состав языка живым, подвижным и привлекательным для изучения. Этот процесс невозможно остановить или ограничить, поэтому неология будет развиваться, пока развивается и изменяется мир вокруг.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абросимова Л.С. Деривационные механизмы как языковое отражение основных когнитивных процессов языковой личности: к постановке проблемы / Л.С. Абросимова // - Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. Пятигорск, 2009. №4. - стр. 121-125.
2. Амосова Н.Н. Этимологические основы словарного состава современного английского языка / Н.Н.Амосова - М.: Либерком, 2015. – 222 с.
3. Антюфеева Ю.Н. Английские новообразования в развитии: потенциальное слово, окказионализм, неологизм: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Антюфеева Юлия Николаевна. – Белгород, 2004. – 19 с.
3. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка: учеб. Пособие / И.В.Арнольд – 2-е изд., перераб. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. – 376 с.
4. Болдырев Н.Н. Функциональная категоризация английского глагола / Н.Н. Болдырев - 2-е изд. - М.: Книж. дом ЛИБРОКОМ, 2009. – 171 с.
5. Бочкарева Т.С. Основы теории изучаемого языка. Теоретическая грамматика английского языка. Лексикология: Методологические указания к практическим занятиям / Т. С. Бочкарева, В. В. Морозов. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2004. – 83 с.
6. Будагов Р.А. Слово и его значение / Р.А. Будагов - 2-е изд-е. - М., Добросвет-2000, 2003. - 64 с.

7. Будник Е. А. Образование неологизмов английского языка в социальной сети Twitter / Приоритетные научные направления: от теории к практике. – 2014. - № 11. – С. 143-147.
8. Виноградов В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография / В.В. Виноградов – М.: Наука, 1997. – 312 с.
9. Гадамер Г.Г. Актуальность прекрасного / Г.Г. Гадамер - М.: Искусство, 1991. – 363 с.
10. Гак В. Г. О современной французской неологии: новые слова и словари новых слов. - Л.: Наука, 1978. – С. 37–53.
11. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка: опыт систематизации выразительных средств. / И.Р. Гальперин – М.: Либроком, 2014. – 382 с.
12. Гацалова Л. Б. Неология как наука в общей парадигме современного языкознания: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10. 02. 19 / Гацалова Лариса Борисовна. – Нальчик, 2005. – 44 с.
13. Головин В.Г. Принципы выделения словообразовательных частей слова и их характеристика: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / Головин Борис Николаевич. - Л., 1991. – 56 с.
14. Дубенец Э. М. Лексикология современного английского языка: лекции и семинары. Пособие для студентов гуманитарных вузов / Э.М. Дубенец – М.: Глосса-Пресс, 2002. – 192 с.
15. Елисеева В.В. Лексикология современного английского языка (базовый курс): учебное пособие / В.В. Елисеева – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2015. – 232 с.
16. Жлуктенко Ю.А. Английские неологизмы / Ю.А. Жлуктенко, В.П. Березинский, И.И. Борисенко и др. - Киев, 1983. - 164с.
17. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка / В.И. Заботкина – М.: Высшая школа, 1989. – 124 с.

18. Заботкина В. И. Словообразование неологизмов / В.И. Заботкина – М.: Изд-во АПН, 1989. – 124 с.
19. Ильина А.Н., Кибасова С.Г. Словообразование в современном английском языке / А.Н. Ильина, С.Г. Кибасова. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 90 с.
20. Кожанова Е. А. Экстралингвистические факторы процесса метафоризации (на материале английских метафор-неологизмов) // Вестник московского университета. Серия 22: Теория перевода, 2010. - №1. – С. 114-121.
21. Котелова Н. З. Избранные работы / Российская академия наук; Институт лингвистических исследований. – СПб: Нестор-История, 2015. – 276 с.
22. Котелова Н. З. Теоретические аспекты лексикографического описания неологизмов / Н.З. Котелова. – М.: Энциклопедия, 1988. - 275 с.
23. Кубрякова Е.С. Теория номинации и словообразование / Е.С. Кубрякова – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
24. Лаптева О.А. Самоорганизация движения языка: внутренние источники преобразований (статья первая) / О.А. Лаптева // Вопросы языкознания. - М.: Наука, 2003. № 6.- 5-7 с.
25. Лайонз Дж. Лингвистическая семантика: введение / пер. с англ. – М.: Языки славянской культуры, 2003. – 400 с.
26. Лейчик В.М. Люди и слова: как рождаются и живут слова в русском языке /отв. ред. Г.В. Степанов. 2-е изд., испр. и доп. - М.: ЛИБРОКОМ, 2009. – 216 с.
27. Линь Е. Прагматические функции неологизмов в современных СМИ / Е. Линь, С. В. Кончакова // Вестник ТГУ. – 2015. - № 11 (151). – С. 193-197.
28. Лыков А.Г. Современная русская лексикология (русское окказиональное слово) / А.Г.Лыков. – М.: Высшая школа, 1976. – 120 с.



29. Лысенко С.А. Некоторые вопросы соотношения устной и письменной форм речи в современном обществе / С.А. Лысенко // Язык и национальное сознание. – Воронеж, 2009. – С. 30-36.

30. Макарикова В. Л. Способы образования новых слов в сфере интернет-коммуникации (на материале французского языка) // Вестник МГОУ. – 2016. - № 3. – С. 118 -125.

31. Максимова О. Б. Язык в Интернет-коммуникации: общие закономерности и национально-культурные особенности (на материале русского и английского языков) // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. – 2010. - № 3. – С. 74-90.

32. Марьянчик В.А. Аксиологическая функция неологизмов медиа-политического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Марьянчик Виктория Анатольевна. – Архангельск, 2005. – 18 с.

33. Мартине А. Основы общей лингвистики / А. Мартине // Новое в лингвистике. – М., 1965. – Вып. 3. – 401 с.

34. Миньяр-Белоручева, А. П. Англо-русские обороты научной речи [Электронный ресурс]: учебное пособие / А. П. Миньяр-Белоручева. - 6-е изд., стер. - М.: Флинта, 2012. - 144 с.

35. Михеева С.Л. Семантика временного порядка при употреблении глагольных форм в сочетании с обстоятельствами в современном русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Михеева Светлана Львовна – Санкт-петербург, 2005. – 18 с.

36. Москалева М.В. Неологизмы и проблема их изучения в современном русском языке // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – № 80. – С. 246-249.

37. Несветаило Ю. Н. Неологизмы и окказионализмы как средства пополнения лексического макрополя современного английского // Гуманитарные и социальные науки. – 2010. - № 4. – С. 180-186.

38. Несветаило Ю. Н. Трактовка понятий «неологизм» и «окказионализм» в современной научной парадигме // Наука. Инновации. Технологии. – 2008. - № 2. – С. 144-148.
39. Попова Т. В. Неология и неография современного русского языка / Т.В. Попова, Л.В. Рацибурская, Д.В. Гугунава. - М.: Флинта, 2005 - 160 с.
40. Режабек Е.Я. В поисках рациональности – науч. изд. - М.: Акад. проект, 2007. – 383 с.
41. Розен Е.В. Новая лексика в современном немецком языке. //Ин. языки в шк. – 1996, №4, с. 51-61.
42. Рублева О. Л. Лексикология современного русского языка: учебное пособие / О.Л. Рублева – Владивосток: Изд-во Дальневосточного ун-та, 2004. – 257 с.
43. Серебрянников Б.А. Языковая номинация / Отв. ред.: Б.А. Серебрянников, А.А. Уфимцева. - Москва: Наука, 1977. – 356 с.
44. Сенько Е.В. Теоретические основы неологии / Е.В. Сенько - М-во образования Рос. Федерации. Сев.-Осет. гос. ун-т им. К.Л. Хетагурова, 2001. - 108 с.
45. Сидорова Л. А. Экстралингвистические и лингвистические факторы появления неологизмов в Интернет-ресурсах / Вопросы лингводидактики и межкультурной коммуникации. Сб. научных статей. – Чебоксары: Изд-во ЧГПУ им. И. Я. Яковлева, 2015. – С.272-275.
46. Скороходова Е. Ю. Роль и употребление неологизмов в современных СМИ / Е. Ю. Скороходова, М. М. Щеголева // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. - 2016. - № 5. – С. 73-78.
47. Смирницкий А.И. Объективность существования языка: материалы к курсам языкознания / Под ред. В.А. Звегинцева.– М.: изд-во МГУ, 1954.– 98 с.

48. Снисар А. Ю. Специфика неологизации американского варианта современного английского языка // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2016. - № 4 (46). – С. 86-91.

49. Сюссор Ф. де. Курс общей лингвистики // Лингвистика XX века: система и структура языка: хрестоматия. Ч.1 / составитель Е.А. Красина.- М.: Изд-во РУДН, 2004. - С. 7-32.

50. Степанов Г.М. Неологизмы в теории и практике современной лексикографии (на материале русских и английских словарей новых слов) / Г.М. Степанов. - М., 1983. -128с.

51. Степанова М.Д., Чернышева М.М. Лексикология современного немецкого языка / М.Д. Степанова, М.М. Чернышева. - М.: Высш. шк., 1972. – 275 с.

52. Фельдман Н.И. Окказиональные слова и лексикография // Вопросы языкознания. – 1957. - № 4. - С. 64-73

53. Фомина М.И. Современный русский язык. Лексикология: учебное пособие / М.И. Фомина. – М.: Высшая школа, 2001. – 528 с.

55. Харитончик З.А. Лексикология английского языка: учебное пособие. – М.: Высш. шк., 1992. – 229 с.

56. Черкашина А.А. Особенности новостной журналистики в печатных СМИ США [электронный ресурс]. URL:<http://knigi.link/uchebnikijurnalistika/>, свободный (дата обращения: 22.04.2019).

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов [Электронный ресурс] URL: [https://classes.ru/grammar/174.Akhmanova/source/worddocuments/\\_51.htm](https://classes.ru/grammar/174.Akhmanova/source/worddocuments/_51.htm)
2. Караулов Ю.Н. Русский язык: энциклопедия / гл. ред. Ю.Н. Караулов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Большая рос. энцикл.: Дрофа, 2008. – 703 с.
3. Котелова Н.З. Неологизмы // Лингвистический энциклопедический словарь. – М., Советская энциклопедия. - 2000. – С. 331.
4. Розенталь Д. Э. Словарь-справочник лингвистических терминов [Электронный ресурс]: URL: <http://www.textologia.ru/>
5. Философский энциклопедический словарь / ред. Губский, Е.Ф.; Кораблева, Г.В.; Лутченко, В.А. - М.: ИНФРА-М, 2005. – 576 с.
6. Cambridge Dictionary [CD]. A blog from Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org/cate>
7. Macmillan Dictionary [MD]. URL: <https://www.macmillandictionary.com/buzzword/index.html>
8. Oxford English Dictionary [OD]. URL: <https://public.oed.com/blog/>

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

1. BBC. URL: <https://www.bbc.com/>
2. CNN. URL: <https://edition.cnn.com/>
3. The Economist. URL: <https://www.economist.com/>
4. Financial Observer. URL: <http://www.financialobserver.com.au/>
5. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/international>
6. New Life Narrabri. URL: <https://newlifenarrabri.wordpress.com/>
7. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/>
8. The Pioneer. URL: <https://www.dailypioneer.com/>
9. The Telegraph. URL: <https://www.telegraph.co.uk/>